

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA BENGKEL LAS
LISTRIK CIPTA KARYA DI SRAGEN**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

RIZKY YASA CIPTA SAPUTRA

B 100 140 193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL LAS
LISTRIK CIPTA KARYA DI SRAGEN**

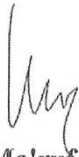
PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

RIZKY YASA CIPTA SAPUTRA
B100140193

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Ma'ruf, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL LAS LISTRIK CIPTA KARYA DI SRAGEN

Oleh:

RIZKY YASA CIPTA SAPUTRA

B100140193

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Dr. Drs. Syamsudin, M.M.**

(.....)

(Ketua Dewan Penguji)

2. **Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M.**

(.....)

(Anggota I Dewan Penguji)

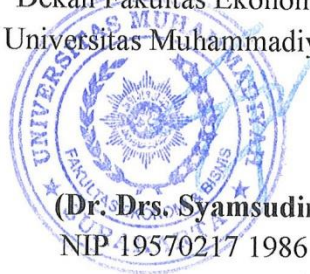
3. **Drs. Ma'ruf, M.M.**

(.....)

(Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001

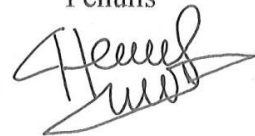
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 21 Juni 2021

Penulis



Rizky Yasa Cipta Saputra
B100 140 193

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL
LAS LISTRIK CIPTA KARYA DI SRAGEN**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Las Listrik Cipta Karya di Sragen”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada Bengkel Las Listrik Cipta Karya di Sragen sebanyak 105 pelanggan dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 51 responden diambil dari sebagian populasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kepercayaan berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,129 > 0,05$. (2) kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. (3) kepercayaan dan kepuasan secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 46,291 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas

Abstract

This study aims to find out “The effect of Customer Trust and Satisfaction on Customer Loyalty at Cipta Karya Electric Welding Workshop in Sragen”. This type of research is survey research. The population in this study were all customers at Cipta Karya Electric Welding Workshop in Sragen as many as 105 customers using Slovin formula technique, then the number of samples in this study were 51 respondents taken from a portion of the population. The result that: (1) trust has a negative on customer loyalty with a significance level of $0,129 > 0,05$. (2) Satisfaction has a positive effect on customer loyalty with a significance level of $0,003 < 0,05$. (3) Trust and satisfaction simultaneously have a positive on the customer loyalty, as evidenced by the F count value of 46,291 with a significance of $0,000 < 0,05$.

Keywords: Trust, Satisfaction, Loyalty

1. PENDAHULUAN

Persaingan dalam usaha pelayanan jasa pengelasan relatif ketat, karena dibidang pelayanan jasa pengelasan menjanjikan keuntungan yang maksimal. Tidak hanya pada kota-kota besar namun sekarang di pedesaan

terdapat banyaknya usaha pengelasan. Pengerjaan di bidang jasa ini membutuhkan pengalaman, keterampilan, dan kehati-hatian untuk mengerjakan pengelasan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam mendirikan sebuah usaha adalah mempertahankan pelanggan. Loyalitas merupakan kesetiaan dalam penggunaan produk atau jasa secara terus menerus. Aset yang penting bagi perusahaan adalah pelanggan yang loyal. Mempertahankan pelanggan yang loyal dapat memberikan umpan yang positif dan memberikan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru untuk perusahaan.

Loyalitas pelanggan akan tercipta karena adanya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Kepercayaan merupakan keyakinan atau kemauan konsumen untuk menjalin hubungan dalam jangka panjang dan menghasilkan kerja yang positif. Menurut Widiyanto dalam Laely (2016) Kepercayaan adalah pondasi dari usaha yang merupakan cara untuk membangun dan mempertahankan konsumen. Kepercayaan pelanggan merupakan sikap yang timbul dari pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa. Tingginya kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Lee dan Cunningham dalam Endarwita (2013) selain faktor kepercayaan, terdapat faktor kepuasan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan atas produk atau jasa yang digunakan untuk menilai apakah produk atau jasa telah memenuhi kebutuhan (Zeithaml, Bitner, dan Dwayne, dikutip dalam Darwin, 2014). Apabila pelanggan sudah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, bisa dipastikan bahwa pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan menjadi pelanggan yang tetap. Pelanggan yang loyal cenderung akan lebih sering dan kembali menggunakan jasa dan menceritakan kebaikan bengkel las listrik pada orang lain, sehingga jumlah pelanggan bengkel las listrik akan bertambah. Jadi, semakin puas pelanggan besar kemungkinan pelanggan akan loyal kedepannya.

2. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu mencari pengaruh antar variabel bebas (X_1 dan X_2) dengan variabel terikat (Y) dengan menggunakan data primer. Data primer diperoleh secara langsung dari responden. Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan Bengkel Las Listrik Cipta Karya di Sragen. Pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling. Menurut Sugiyono (2016:82) probability sampling adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama untuk setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian terdiri dari 4 uji yaitu: (1) uji validitas untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, (2) uji realibilitas untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, (3) uji asumsi klasik dibagi menjadi tiga yaitu: (a) uji normalitas untuk membuktikan bahwa penyebaran data-data penelitian menjadi pusat perhatian, (b) uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen, (c) uji heteroskedastisitas untuk menguji adanya ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, (4) uji hipotesis dibagi menjadi empat yaitu: (a) analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, (b) uji t (parsial) untuk seberapa jauh pengaruh dari variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat, (c) uji F (simultan) untuk memprediksi pengaruh variabel independen secara bersama-sama pada variabel dependen, (d) uji determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat (Y).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Data

3.1.1 Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Butir Pernyataan | r hitung | Signifikansi | Keterangan |
|------------------|------------------|----------|--------------|------------|
| Kepercayaan (X1) | P1 | 0,839 | 0,000 | Valid |
| | P2 | 0,837 | 0,000 | Valid |
| | P3 | 0,846 | 0,000 | Valid |
| | P4 | 0,769 | 0,000 | Valid |
| | P5 | 0,920 | 0,000 | Valid |
| | P6 | 0,762 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan (X2) | P1 | 0,847 | 0,000 | Valid |
| | P2 | 0,826 | 0,000 | Valid |
| | P3 | 0,927 | 0,000 | Valid |
| | P4 | 0,878 | 0,000 | Valid |
| | P5 | 0,760 | 0,000 | Valid |
| Loyalitas (Y) | P1 | 0,640 | 0,000 | Valid |
| | P2 | 0,659 | 0,000 | Valid |
| | P3 | 0,631 | 0,000 | Valid |
| | P4 | 0,755 | 0,000 | Valid |
| | P5 | 0,765 | 0,000 | Valid |
| | P6 | 0,756 | 0,000 | Valid |
| | P7 | 0,751 | 0,000 | Valid |
| | P8 | 0,629 | 0,000 | Valid |
| | P9 | 0,609 | 0,000 | Valid |
| | P10 | 0,741 | 0,000 | Valid |

Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan data di atas butir pertanyaan r hitung $> r$ tabel dan probability $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai Reliabilitas | Status |
|-------------------------|--------------------|----------|
| Kepercayaan (X1) | 0,902 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (X2) | 0,901 | Reliabel |
| Loyalitas Pelanggan (Y) | 0,871 | Reliabel |

Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel karena nilai reliabilitasnya di atas *Cronbach's Alpha* > 0,07.

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | |
|------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| | | | Unstandardized Residual |
| N | | | 51 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | | ,0000000 |
| | Std. Deviation | | 2,39071302 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | ,153 |
| | Positive | | ,153 |
| | Negative | | -,151 |
| Test Statistic | | | ,153 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | ,005 ^c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | ,164 ^d |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | ,155 |
| | | Upper Bound | ,174 |
| | | | |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai KS dengan pendekatan exact monte carlo sebesar 0,153 dan probability sebesar 0,164 > 0,05, sehingga dapat

dinyatakan bahwa data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|-------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | KEPERCAYAAN | ,228 | 4,380 |
| | KEPUASAN | ,228 | 4,380 |

a. Dependent Variable: LOYALITAS
Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variabel bebas di bawah nilai 10 sebesar 4,380 dan nilai *tolerance* diatas 0,1 sebesar 0,228 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas sehingga model tersebut *reliable* sebagai dasar analisis.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | T | Sig | Keterangan |
|------------------|--------|-------|-------------------------------|
| Kepercayaan (X1) | -1,290 | 0,203 | Tidak ada heteroskedastisitas |
| Kepuasan (X2) | 0,240 | 0,811 | Tidak ada heteroskedastisitas |

Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai probability > 0,05, maka model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.1.4 Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 11,865 | | 3,376 | ,001 | |
| | KEPERCAYAAN | ,409 | ,265 | 1,545 | ,129 | |
| | KEPUASAN | ,976 | ,307 | 3,181 | ,003 | |

a. Dependent Variable: LOYALITAS
Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Koefisien regresi diperoleh:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$y = 11,865 + 0,409X_1 + 0,976X_2 + 0,05$$

Interpretasi dari masing-masing koefisien variabel sebagai berikut:

- a. a = konstanta, nilai konstanta sebesar 11,865, hal ini menunjukkan bahwa jika variabel kepercayaan dan variabel kepuasan dianggap konstan (0), maka loyalitas pelanggan sebesar 11,865.
- b. b_1 = Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan, bernilai positif sebesar 0,409. Hal ini menunjukkan jika kepercayaan ditingkatkan 1 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,409, dengan catatan variabel lain konstan (0).
- c. b_2 = Nilai koefisien regresi variabel kepuasan, bernilai positif sebesar 0,976. Hal ini menunjukkan jika kepuasan ditingkatkan 1 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,976, dengan catatan variabel lain konstan (0).

2. Uji t (Parsial)

Tabel 7. Uji t

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | 11,865 | 3,514 | | 3,376 | ,001 |
| | KEPERCAYAAN | ,409 | ,265 | ,273 | 1,545 | ,129 |
| | KEPUASAN | ,976 | ,307 | ,561 | 3,181 | ,003 |

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh:

a. Variabel independen X_1 (Kepercayaan)

Nilai t_{hitung} diperoleh 1,545 dimana nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1,677 artinya negatif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 1,545 > t_{tabel} 1,677 dan nilai probability 0,129 > 0,05 artinya tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Variabel independen X_2 (Kepuasan)

Nilai t_{hitung} diperoleh 3,181 dimana nilai t_{tabel} pada α 5% yakni 1,667 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 3,181 > t_{tabel} 1,667 dan nilai probability 0,003 < 0,05 artinya signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Uji F (Simultan)

Tabel 8. Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 551,205 | 2 | 275,602 | 46,291 | ,000 ^b |
| | Residual | 285,775 | 48 | 5,954 | | |
| | Total | 836,980 | 50 | | | |

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, KEPERCAYAAN
 Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ diperoleh $46,291 > 3,19$ artinya positif.

Sementara nilai signifikansi diperoleh pada kolom sig $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Las Listrik Cipta Karya Sragen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,812 ^a | ,659 | ,644 | 2,440 |

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square diperoleh 0,644. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 64,% loyalitas (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor kepercayaan dan kepuasan. Sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dan pemaparan data di atas maka kesimpulan dari hasil penelitian adalah:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan $t_{hitung} 1,545 < t_{tabel} 1,677$ dan nilai probability $0,129 > 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Las Listrik Cipta Karya di Sragen.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan $t_{hitung} 3,181 > t_{tabel} 1,667$ dan nilai probability $0,003 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Las Listrik Cipta Karya di Sragen.
3. Berdasarkan hasil uji F secara simultan Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ diperoleh $46,291 > 3,19$ artinya positif. Sementara nilai signifikansi diperoleh pada kolom sig $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Las Listrik Cipta Karya Sragen.
4. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat Adjusted R Square yang diperoleh sebesar diperoleh 0,644. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 64,4% loyalitas (variabel terikat) dapat

dijelaskan oleh variabel faktor kepercayaan dan kepuasan. Sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.2 Keterbatasan Peneliti

- a. Penelitian ini dapat berjalan dengan jalan lancar, tetapi masih ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, keberhasilan penelitian terbatas pada populasi yang telah ditentukan, yaitu pelanggan Bengkel Las Listrik Cipta Karya di Sragen. Dengan kata lain, variabel kepercayaan dan kepuasan pelanggan belum tentu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan untuk populasi lain. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian sejenis dengan populasi yang lebih luas agar lebih teruji konsistensi hasil penelitian sekarang.
- b. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan saja. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, misalnya: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dll, sehingga perlu dilakukan lebih lanjut guna menyempurnakan penelitian ini.

4.3 Saran

Saran yang saya kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk variabel kepercayaan, bahwa diantara dari pertanyaan kuesioner yang menjawab sangat setuju paling sedikit yaitu pertanyaan percaya bahwa bengkel las listrik Cipta Karya adalah

bengkel yang terbaik diantara yang lain. Apabila hal ini diperbaiki maka konsumen akan yakin untuk menggunakan jasa kita kembali.

2. Untuk variabel kepuasan pelanggan, bahwa diantara dari pertanyaan kuesioner yang menjawab sangat setuju paling sedikit yaitu dari pertanyaan bengkel las listrik Cipta Karya memberikan fasilitas penunjang yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Apabila hal tersebut diperbaiki dengan meningkatkan fasilitas penunjang bengkel maka akan lebih menarik konsumen untuk datang kembali menggunakan jasa kita kembali.
3. Pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas dinilai baik sebesar 64,4%. Untuk itu bengkel diharapkan dapat memperbaiki dan mempertahankan kondisi kepercayaan dan kepuasan para pelanggan agar loyalitas pelanggan dapat terus meningkat.
4. Untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperhatikan waktu penelitian. Waktu penelitian yang lebih lama dengan tingkat kuesioner yang lebih tinggi akan mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Darwin, S. (2014). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening pada asuransi jiwa jiwa manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2316>
- Endarwita, E. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Bri Cabang Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1, 167–180. <https://stiepasaman.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/ar>

ticle/view/105

Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. telkomsel di kota kediri. In *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. jurnal.untag-sby.ac.id. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jmm17/article/download/802/724>

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta